

# 有人一年消费3万元！ 宁波年轻人 为何疯狂迷上音乐剧？

周五下班拎箱出行、周末跨省赶场。如今，宁波有一批年轻人的娱乐方式格外“硬核”。他们推掉聚会探店、告别居家躺平，宁愿花路费、耗时间，奔赴上海、杭州等城市追一场音乐剧。一年里，有人追剧40余场，有人消费3万元，心甘情愿为舞台奔赴。难以想象，曾经小众的音乐剧，如今已稳稳列入宁波90后、00后的热门娱乐清单。

音乐剧，到底藏着什么独特魅力，让年轻人疯狂入坑？



小林今年追的音乐剧票根。



音乐剧《坏家伙》演出现场。

## 1 周五拉着行李箱赶高铁 宁波年轻人爱上跨城追剧

对音乐剧剧迷而言，看剧早已不是偶尔的休闲放松，而是融入日常的固定生活节奏。他们的周末，永远是一套固定流程：赶路、看剧、再赶路，生活节奏跟着巡演档期走。

“努力工作赚钱，毕竟跨城追巡演还要路费！”7月6日，宁波90后上班族小林的这条朋友圈，道出了剧迷的真实日常。

自从去年入坑音乐剧，小林解锁了全新的周末模式——主打跨城追戏，生活被热爱填满。上周末，她刚在杭州看完《坏家伙》，紧接着又敲定嘉兴场次，计划本周五下班后自驾前往“N刷”。

音乐剧的快乐，很多圈外人看不懂。这一圈层的核心理趣，藏在“卡司”里，也就是每场演出的当班演员阵容。

音乐剧大多长期巡演，同一个角色会配备多名演员轮换出演。每个人的演技风格、情绪表达各不相同，最终呈现的舞台效果会大不一样。

在宁波，像小林这样的狂热剧迷不在少数，90后小林便是圈内公认的“硬核追剧玩家”。

为追优质场次和不同卡司，她常年辗转上海、南京、杭

州等多个城市，仅上半年就累计刷了18场音乐剧，已买票待看的还有6场。

按照单场中剧场票价定价，380元-680元的票价，叠加交通、住宿、餐饮等开销，小林一年的追剧成本至少3万元。

上海作为国内音乐剧标杆城市，是小林的常驻追戏目的地。无数个周五的傍晚，她拖着行李箱赶高铁赴沪，周末两天连看3场剧，周日深夜返程回宁波。高强度的赶场节奏，小林早已习以为常。

为在热爱与预算之间求平衡，年轻剧迷摸索出专属方式：自发拼车、拼酒店、住青旅。宁波大三学生小高，就是新生代跨城剧迷的典型代表。

从2024年2月开始，小高每月都会“入沪刷剧”，常和“搭子”结伴住青旅，沉浸式感受剧场氛围。去年一年，她累计追剧40多场。

上海人民广场周边，剧场集群，被圈内称作“坏人大”，是全国剧迷集中刷剧的绝佳去处。在小高眼中，这里有独属于剧圈的氛围感。每到黄昏，街头随处可见“同好”，大家背着剧目周边、拎着戏剧文创包，有人的包包上印着“怎么又去看剧？”

## 2 一部剧能看十几遍？内里藏着普通人不懂的快乐

在外人看来，反复刷、跨城刷同一部作品，是难以理解的执念与折腾。但对剧迷来说，这恰恰是音乐剧最吸引人的地方。

以今年热门剧目《坏家伙》为例。剧集讲述三位挚友，在金钱欲望的诱惑下迷失本心、互相博弈的故事，剧情紧凑、耐人寻味。

该剧从今年1月底开启巡演，目前已在上海、杭州完成17场演出，热度居高不下。小林已经连刷三遍，她身边更有资深剧迷反复打卡十余次。

“三大角色有多名演员轮换出演，排列组合能解锁多种演绎版本。”小林介绍，加上每场演员独一无二的临场状态、即兴细节，几乎没有两场完全一样的演出。

这也是“一剧多刷”的核心魅力：每场都是全新体验，每次观看都能解锁新细节、新感悟。圈内更是流传着“换卡如换剧”的说法，更换一组演员阵容，舞台氛围、角色情绪全然不同，也催生了独特的剧圈“集卡文化”。

除了多变的舞台演绎，音乐剧圈独有的SD互动环节（Stage Door，舞台出口互动），也是圈粉的关键。

每场演出落幕后，演员都会特意预留时间，在剧场出口和观众近距离交流、合影、签名。“演员长期演同一部戏，很容易陷入表演固化，观众的视角能给他们灵感。”小陈对此感触颇深。

她曾在SD环节提出一个深层剧情疑

问，就连演员自身都未曾深究，还真诚回复她会梳理思考后再解答。这种观众与演员双向交流、彼此成就的共创氛围，在剧迷看来，是其他娱乐方式无法比拟的。

也正是这种独特、纯粹的沉浸式艺术体验和圈层氛围，让音乐剧成为当下最受年轻人追捧的文娱方式之一。

《2025中国音乐剧市场年度报告》显示，音乐剧受众年轻化特征显著，35岁以下观众占比近八成，25岁-29岁职场青年是核心消费群体，女性观众占比高达75.5%。这一数据，和宁波本地剧迷的群体特征高度契合，也印证了音乐剧已然成为当代年轻人的专属文娱赛道。

而看似疯狂的跨城追剧、花钱刷剧，实则是他们清醒的消费选择。

宁波大剧院工作人员分析，当下年轻人普遍深陷职场压力、学业焦虑，日常被情绪内耗裹挟。短视频、碎片化娱乐只能短暂消磨时间，无法真正解压。而音乐剧两个小时的沉浸式演出，有着真人原声、近距离舞台张力、饱满的情绪渲染，能让人彻底抽离现实琐碎，实现深度情绪治愈。

对比动辄上千元的演唱会门票、同质化的线下娱乐，几百元的音乐剧票价性价比更高，是年轻人负担得起的解压方式。同时，独一无二的限定舞台、纯粹的“同好”圈层，既能满足年轻人对新鲜感的追求，也能治愈孤独、带来高质量的精神社交。

## 3 一张演出票，催生文旅消费新热潮

业内人士也发现，音乐剧的火热，不只带火演艺市场，更催生了全新的“剧旅融合”消费模式。

今年清明假期，高分音乐剧《道林格雷的画像》登陆宁波。凭借两日差异化卡司的稀缺排期，吸引了大批外地剧迷拖着行李箱专程来甬再演。

不少剧迷选择两日连刷，看完演出顺势打卡南塘老街、老外滩、东钱湖等景点，品尝本地特色美食，直接带动宁波餐饮、住宿、文旅消费持续升温。

行业数据直观印证了“票根经济”的强劲潜力。

音乐剧综合消费撬动比例可达1:6.8，意味着观众每消费1元门票，就有可能带动住宿、餐饮、出行、文创等6.8元的配套消费。

旅游平台数据也显示，超六成跨城剧迷会选择过夜停留，主动延伸文旅消费，停留时长、二次消费意愿远高于普通观光游客。

更关键的是，音乐剧剧迷是城市文旅

的优质青年客流。这群18岁-34岁的年轻群体，消费能力稳定、线上传播力强，还擅长在社交平台分享观演攻略、城市打卡笔记，自发为城市引流造势。

不同于节假日集中涌入的一次性观光游客，剧迷“追戏即出游”的模式不受季节、节假日限制，能为城市带来常态化、持续性的文旅增量。

中国戏剧家协会会员、剧作家兰宁远表示，戏剧的吸引力，早已超越单纯的剧情观赏。

情绪治愈、圈层陪伴、艺术共创的复合型文化体验，持续培育年轻人的观演习惯，也让小众演艺成功破圈，成为激活青年消费、带动城市文旅升级的全新赛道。

这场席卷宁波青年的跨城追剧热潮，本质是当代青年文娱消费升级的生动缩影。如今的年轻人，早已告别浅层、同质化的娱乐方式，不再只为消遣买单，而更愿意为情绪价值、独家体验、精神共鸣付费。

记者 吴丹娜